Les
PUBLICATIONS
DU QUÉBEC

Ministère du Tourisme

Rapport annuel 1988-1989

Québec

90-03884/

Le contenu de cette publication a été rédigé par
le ministère du Tourisme

Cette édition a été produite par
Les Publications du Québec
1279, boulevard Charest Ouest
Québec (Québec)
G1N 4K7

Dépôt légal — 3e trimestre 1989
Bibliothèque nationale du Québec
ISBN 2-551-08488-1
ISSN 0831-5337

© Gouvernement du Québec

Monsieur Pierre Lorrain
Président de l'Assemblée nationale
Hôtel du Gouvernement
Québec

Monsieur le Président,

Conformément à la Loi sur le ministère du Tourisme (L.R.Q., c. M-31.1), je suis heureux de vous transmettre le rapport annuel du ministère du Tourisme pour l'année financière qui a pris fin le 31 mars 1989.

Ce rapport rend compte de l'ensemble des activités du Ministère et contient de nombreux renseignements d'intérêt public.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Président, l'expression de mes sentiments les meilleurs.

Le ministre du Tourisme,

Michel Gratton

Québec, septembre 1989

Table des matières

La présentation du Ministère 7

Le mandat 7

La structure administrative du Ministère 7

— L'organisation 7

— Les effectifs selon les catégories d'emploi 8

— Le personnel de direction au 31 mars 1989 8

La Direction et le soutien administratif 9

Le Cabinet du ministre 9

Le Bureau du sous-ministre 9

— La Direction des communications 9

— La Direction des ressources humaines 10

— La Direction des ressources financières 11

— La Direction des ressources matérielles 11

La promotion et le développement du tourisme 13

La Direction générale du marketing 13

— La Direction de la stratégie et de la planification du marketing 16

— La Direction du développement des marchés 16

— La Direction de la promotion 17

La Direction générale des politiques et des technologies d'accueil 18

— La Direction de l'hôtellerie 19

— La Direction de l'accueil et des renseignements touristiques 20

La Direction générale du développement 20

— La Direction de l'analyse et du développement 20

— La Direction du crédit touristique 21

— La Direction des projets d'investissement 22

Annexes 25

Le budget 1988-1989 25

La représentation touristique à l'extérieur du Québec 27

L'organigramme 14-15

La présentation du Ministère

Le mandat

Le ministère du Tourisme du Québec, créé en décembre 1984, a le mandat d'élaborer et de proposer au gouvernement des politiques en matière de tourisme, d'en diriger et d'en coordonner l'exécution.

Ses principales responsabilités sont:

- d'élaborer et de mettre en œuvre des programmes d'aide en vue de contribuer au développement touristique du Québec;
- de fournir aux entreprises et aux organismes les services qu'il juge nécessaires au développement touristique du Québec;
- d'administrer, d'exploiter et de développer des équipements, des immeubles ou des territoires à vocation touristique;
- d'assurer la consultation et de favoriser la concertation des ministères, des organismes et des personnes intéressés au tourisme;
- de soumettre ses recommandations au gouvernement sur les orientations et les activités de l'État et des organismes publics, chaque fois qu'elles peuvent avoir une incidence sur l'industrie touristique du Québec;
- de participer avec les ministères concernés, et dans le cadre des politiques en matière d'affaires intergouvernementales canadiennes et d'affaires internationales, à l'élaboration et à la réalisation de programmes de coopération avec l'extérieur dans les secteurs où les échanges favorisent le développement touristique du Québec;
- de proposer au gouvernement et aux ministères concernés des mesures relatives à la formation et au perfectionnement du personnel travaillant dans le domaine du tourisme;
- de participer au développement et à la promotion de l'offre touristique du Québec ou de les coordonner au Québec et, dans le cadre de la politique en matière d'affaires intergouvernementales canadiennes et celle en matière d'affaires internationales, à l'extérieur;
- d'assurer le développement et la diffusion de l'information touristique, notamment au moyen de bureaux de renseignements et d'accueil;
- d'accorder, aux fins de l'exercice de ses fonctions et pouvoirs et avec l'autorisation du gouvernement, une aide financière à tout organisme ou entreprise;
- d'exécuter ou de faire exécuter, aux fins de l'exercice de ses fonctions et pouvoirs, des recherches, des études et des analyses;
- de recueillir, de compiler, d'analyser et de publier des renseignements relatifs au tourisme.

Le Ministère a également la responsabilité, en tout ou en partie, des lois suivantes:

- la Loi sur le ministère du Tourisme (L.R.Q., c. M-31.1);
- la Loi sur l'hôtellerie (L.R.Q., c. H-3);
- la Loi sur la Société du Palais des congrès (L.R.Q., c. S-14.1);
- la Loi sur l'aide au développement touristique (L.R.Q., c. A-13.1);
- la Loi sur les établissements touristiques (L.R.Q., c. E-15.1);
- la Loi sur l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec (1988, c. 11).

La structure administrative du Ministère

L'organisation

Le ministère du Tourisme compte huit directions subordonnées à trois directions générales: le Marketing, les Politiques et les Technologies d'accueil et, enfin, le Développement. Le sous-ministre adjoint, le Secrétariat du Ministère ainsi que les directions des Communications, des Ressources humaines, des Ressources financières et des Ressources matérielles relèvent directement du sous-ministre en titre.

L'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec, devenu une société d'État, de même que la Société du Palais des congrès sont sous la responsabilité du ministre du Tourisme. Ces deux organismes produisent respectivement leur rapport d'activités. L'organigramme du Ministère apparaît aux pages centrales du présent rapport.

Les effectifs selon les catégories d'emploi

Les effectifs au 31 mars 1989 *

Cadres supérieurs	20
Cadres intermédiaires	10
Professionnels	80
Personnel de bureau, techniciens et assimilés	93
Ouvrier	1
Total	**204**

* Les effectifs de l'ITHQ (187) en sont exclus depuis le 1er juillet 1988.

Le personnel de direction au 31 mars 1989

Ministre
Michel Gratton

Directeur de cabinet
Jean-Bernard Villemaire

Sous-ministre
Jacques-Yves Therrien

Sous-ministre adjoint
Jacques Demers

Secrétaire du Ministère
Philippe Vaillancourt

Directeur général du marketing
Michel Carpentier

Directeur général des politiques et des technologies d'accueil
Stanley Tremblay

Directeur général du développement
Henri Chapdelaine

La Direction et le soutien administratif

Le Cabinet du ministre

Le mandat du ministre est de diriger le ministère du Tourisme et d'en assumer la responsabilité devant le Conseil des ministres, l'Assemblée nationale et les divers organismes centraux du gouvernement du Québec.

Pour sa part, le personnel du Cabinet conseille le ministre dans les dossiers qui relèvent de sa juridiction et assure la liaison avec les diverses unités administratives du Ministère de même qu'avec les organismes qui relèvent du ministre.

Le Bureau du sous-ministre

Le Bureau du sous-ministre regroupe le Bureau du sous-ministre adjoint et le Secrétariat du Ministère. Son mandat est de coordonner les stratégies relatives à l'établissement des actions prioritaires du Ministère, d'élaborer les orientations et les mesures en matière de tourisme et de coordonner l'ensemble des activités du Ministère. Divers dossiers non intégrés à la programmation régulière y sont traités, tels la coordination des affaires autochtones, le suivi des dossiers reliés aux organismes sectoriels et aux associations diverses ainsi que la participation à différents groupes de travail interministériels.

Le sous-ministre adjoint a, pour sa part, élaboré au cours de l'exercice écoulé les grands axes de développement du produit touristique pour la prochaine décennie. Il a également collaboré aux activités régulières du Ministère, en plus de participer aux travaux de différents comités. Enfin, il a assuré la représentation du Ministère à plusieurs conférences, séminaires et colloques.

Le Secrétariat, quant à lui, assure l'organisation et le suivi des réunions avec le ministre et des comités de gestion. Il coordonne les relations avec les organismes centraux et maintient la liaison entre les unités administratives et le Cabinet du ministre. Il assure, de plus, la coordination des relations avec les associations touristiques régionales, la coopération internationale, le suivi des demandes dans le cadre de l'application de la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels ainsi que de la Loi sur les non-fumeurs dans certains lieux publics.

En ce qui concerne la Loi sur l'accès à l'information, le Ministère a répondu, au cours du dernier exercice financier, à une vingtaine de demandes. L'application de la Loi sur les non-fumeurs n'a donné lieu à aucun constat d'infraction.

Le Secrétariat a établi, cette année, le calendrier de conservation des documents, présentement à l'étude par les Archives nationales, ainsi qu'un système informatisé de gestion des documents et de suivi du courrier.

La coordination des affaires autochtones

Le coordonnateur aux affaires autochtones assure, en collaboration avec les unités administratives concernées, la coordination de l'action du Ministère dans ce domaine et joue également un rôle conseil. Il assure le lien avec le Secrétariat aux affaires autochtones (SAA) en plus de soutenir les promoteurs, les différents organismes et les communautés en vue d'une plus grande exploitation du potentiel touristique autochtone.

Dix-neuf projets à incidence autochtone ont fait l'objet d'une intervention du Ministère en 1988-1989. Quatre projets d'études ont bénéficié de subventions totalisant 47 400 $, tandis que des engagements financiers de 567 500 $ ont été prévus pour trois projets retenus dans le cadre de conférences socio-économiques.

Un dossier, comprenant une brève description des projets touristiques autochtones pour le Québec, et les recommandations s'y rapportant, a été élaboré en vue de la Conférence fédérale-provinciale-territoriale des ministres du Tourisme tenue à Calgary en mars 1988.

Par ailleurs, le Ministère s'est particulièrement impliqué, en tant que coprésident, dans les travaux du Groupe de travail fédéral-provincial sur le développement touristique autochtone. Le rapport de ce groupe de travail, formé dans le cadre de l'Entente de concertation Canada-Québec sur le développement économique des autochtones (1987-1990), a été présenté au Comité de coordination de l'Entente en janvier 1989.

La Direction des communications

Le mandat de la Direction des communications est de faire connaître la valeur économique du tourisme et de son industrie auprès de la population, des décideurs publics, du milieu des affaires et de l'industrie touristique même.

La Direction des communications joue un rôle conseil en matière de communications, pour ce qui a trait aux politiques, aux règlements ainsi qu'aux programmes conçus et administrés par les directions concernées. Elle initie également des projets ou des événements afin d'atteindre les objectifs de communication du Ministère.

Plus précisément, il s'agit de:

— faire connaître à la population et aux partenaires de l'industrie touristique les lois, les règlements, les programmes et les réalisations du Ministère;

— conseiller les directions et les gestionnaires sur toute question relative aux communications.

Au cours de l'exercice écoulé, plusieurs projets ont été réalisés à la Direction des communications.

Le plan de communication

Un plan de communication a été élaboré en collaboration avec les directions du Ministère pour les années 1988-1990.

L'information — les relations publiques

La Direction a assuré le service de renseignements généraux pour le Ministère et organisé des rencontres d'information pour le personnel.

Elle a produit et diffusé aux partenaires touristiques le bulletin d'information mensuel *L'Actif*, tiré à 6000 exemplaires, dans le but de les sensibiliser à l'importance économique du tourisme. De plus, un nouveau journal interne, *Le Pigeon voyageur*, a été lancé afin d'informer les employés de sujets d'importance sur le tourisme et ses activités. Enfin, la Direction des communications a rédigé le *Rapport annuel* du Ministère.

La Direction a été active dans des événements majeurs pour l'industrie touristique, soit le salon Vacances Québec, les Grands Prix du tourisme québécois et la Semaine nationale de sensibilisation au tourisme. Elle a assumé la responsabilité des relations de presse et des relations publiques relatives à ces activités. En outre, elle s'est chargée de la promotion des lauréats nationaux après le gala des Grands Prix du tourisme québécois.

Dans un autre ordre d'idées, la Direction a assuré la logistique du dix-neuvième congrès international annuel du TTRA (Association de recherche sur les voyages et le tourisme), tenu à Montréal en juin 1988. Elle a également fait la promotion de cette activité auprès des médias. Un record d'assistance a été enregistré. Les 430 congressistes sont venus principalement des États-Unis et des autres provinces du Canada.

Les relations de presse

La Direction établit le lien entre les médias d'information et le Ministère. À cette fin, elle a planifié et organisé 11 conférences de presse et produit 87 communiqués de presse. Elle a participé à 22 émissions de radio ou de télévision et répondu à plus de 150 demandes provenant de médias écrits et électroniques. Cette compilation exclut les nombreuses demandes relatives au salon Vacances Québec.

Enfin, elle a assumé la gestion des relations de presse dans les dossiers suivants: Concours de photos vacances au Québec, Chéquier Bonjour et Table d'hôte touristique.

La production

À titre de responsable des publications institutionnelles du Ministère, la Direction des communications a réalisé le répertoire téléphonique du Ministère. Elle a, de plus, produit un dépliant d'information sur le programme d'aide aux employés ainsi qu'un deuxième concernant les services de renseignements touristiques.

Enfin, la Direction assure la liaison entre le Ministère et l'Office de la langue française pour l'application de la Charte de la langue française.

La Direction des ressources humaines

La Direction des ressources humaines est responsable de la saine gestion des ressources humaines du Ministère. Elle exerce ce mandat en jouant un rôle conseil, de soutien et de service auprès de la direction du Ministère, des gestionnaires et de leurs employés. Ainsi, ses activités portent sur l'évaluation et la dotation des emplois, tant occasionnels que réguliers, sur l'interprétation et l'application des conventions collectives en vigueur, sur le développement des ressources humaines, sur l'administration des conditions de travail (salaires, assiduité, avantages sociaux) et, enfin, sur l'application des programmes gouvernementaux, tels le programme d'égalité en emploi, le programme des primes à l'initiative, le programme d'aide aux employés et le dossier de la santé et de la sécurité du travail.

Les principales réalisations

Le ministère du Tourisme a perdu une partie de ses effectifs au cours de l'exercice écoulé. En effet, depuis le 1er juillet 1988, l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec (ITHQ) est constitué en corporation publique. Cependant, la Direction continue à assumer les divers services reliés à la gestion des ressources humaines de l'ITHQ.

Les relations de travail

Le 31 décembre 1988 a marqué l'expiration de la plupart des conventions collectives de travail. La Direction est appelée à participer activement aux négociations pour le renouvellement de ces conventions collectives, en particulier celle des enseignants. Un très grand nombre de conditions de travail est remis en question à cette occasion. La Direction doit donc veiller à ce que le jeu des négociations ne dérègle pas la cohérence déjà établie.

La dotation des emplois

La Direction a révisé et modernisé son système informatisé de gestion des candidatures pour les emplois occasionnels afin d'en simplifier le fonctionnement, de le rendre plus performant en regard de la rapidité et de la qualité dans le choix des candidatures qui lui sont soumises. Le fichier ministériel des occasionnels compte plus de 5500 candidatures. La Direction a d'ailleurs préparé, au cours de la dernière année, plus de 420 contrats d'embauche pour des occasionnels.

Le Conseil du trésor a mis au point, au cours de l'exercice écoulé, un nouveau plan de classification des cadres intermédiaires, complémentaire à l'encadrement supérieur, afin d'éclaircir une réalité organisationnelle ambiguë. L'implantation ministérielle de ce plan s'est soldée par l'intégration de 18 cadres intermédiaires répartis dans chacune des directions, clarifiant ainsi, de façon non équivoque, la hiérarchie administrative de notre organisation.

L'identification et l'évaluation d'emplois de niveau de complexité supérieur ont constitué le dossier marquant chez les professionnels. L'opération, contestée par le Syndicat des professionnels du gouvernement du Québec, a conduit à la reconnaissance de 14 emplois de ce niveau. Leurs titulaires se sont vu attribuer une prime équivalant à 7 % de leur traitement.

Le programme d'égalité en emploi

Dans le cadre du programme d'égalité en emploi pour les femmes, six libérations pour études à temps partiel ont été accordées au personnel fonctionnaire et deux autres au personnel professionnel. Ces deux dernières font suite à l'introduction d'une nouveauté au programme concernant la formation d'une relève féminine pour des fonctions d'encadrement. Une possibilité de congé pour études à temps plein est également offerte pour chacune des catégories de personnel.

Les activités de formation

Par ailleurs, les activités de formation retenues au plan de développement ont été réalisées conformément aux objectifs et aux orientations fixés et ce, dans les limites du budget prévu à cette fin. L'accent a été mis sur le perfectionnement axé sur l'évolution technique et technologique de la gestion ainsi que sur l'adaptation à de nouvelles structures et orientations provoquées par les changements législatifs et administratifs.

Le programme d'aide aux employés (PAE)

Enfin, un nouveau programme a vu le jour au Ministère. Le programme d'aide aux employés (PAE) a pour but d'aider les employés aux prises avec des problèmes personnels qui ont une incidence sur leur rendement et leur comportement au travail. Le programme vise également à prévenir ces problèmes. L'approche privilégie le recours aux spécialistes de la relation d'aide et constitue un outil fort utile tant pour les personnes que pour l'organisation.

La Direction des ressources financières

La Direction des ressources financières a pour mandat de fournir assistance et conseil à la direction du Ministère et à l'ensemble des gestionnaires en matière de gestion des ressources financières. Elle dispense les services opérationnels et les conseils sur le plan de la programmation, du contrôle budgétaire, de l'octroi des contrats de services professionnels, de l'analyse et du contrôle des revenus.

La mise en opération d'un nouveau plan de gestion financière a amené la Direction à élaborer une procédure administrative particulière et à dispenser une formation adaptée à chaque unité administrative du Ministère.

L'adoption d'un règlement régissant l'octroi des contrats de services, ainsi que d'une directive concernant le fichier des fournisseurs de services et leur sélection, a nécessité l'élaboration d'une procédure administrative interne de même que la formation des gestionnaires concernés.

La signature d'un nouveau protocole d'entente sur la gestion financière est venue concrétiser la modernisation des opérations budgétaires.

La décentralisation de la vérification des dépenses reliées aux déplacements et l'informatisation des données relatives aux voyages hors Québec ont nécessité l'élaboration de procédures administratives détaillées, la rédaction d'un guide de référence sur les formulaires administratifs et la diffusion de séances d'information auprès de chaque unité administrative.

La Direction des ressources matérielles

La Direction des ressources matérielles assure la gestion des biens mobiliers et immobiliers nécessaires au fonctionnement des différentes unités administratives. Plus précisément, elle négocie l'acquisition

ou l'aliénation des espaces ministériels, planifie et supervise les projets de construction ou d'aménagement et, enfin, approvisionne le Ministère en fournitures, en équipement et en ameublement.

La Direction conseille également les gestionnaires dans leurs acquisitions de biens et services. De plus, elle fournit certains services de soutien comme ceux relatifs au courrier et à la messagerie, à la téléphonie, à l'informatique ainsi qu'à l'expédition massive de documents promotionnels.

Au cours de l'exercice 1988-1989, la Direction a effectué plusieurs réaménagements à Québec et à Montréal. Elle a coordonné la relocalisation des effectifs de la Direction de l'accueil et des renseignements touristiques au centre Infotouriste de Montréal.

La Direction a déposé au ministère des Approvisionnements et Services un programme visant à regrouper les effectifs du Ministère, à Québec et à Montréal. Ce programme prévoit, entre autres, la relocalisation à place Québec des effectifs du 710, place D'Youville et des effectifs du Village olympique au centre Infotouriste.

Enfin, la Direction des ressources matérielles a réalisé l'informatisation de la gestion des approvisionnements de même que celle du mobilier et des biens capitalisables.

La promotion et le développement du tourisme

La Direction générale du marketing

La Direction générale du marketing planifie, organise et contrôle l'ensemble des activités ayant pour but de promouvoir le produit touristique sur le marché québécois et les marchés extérieurs. De plus, elle élabore et propose des politiques en matière de marketing touristique, dans le but d'accroître les retombées économiques, en tenant compte des orientations de développement. Ces mandats se réalisent par l'action de trois directions:

— la Direction de la stratégie et de la planification du marketing[1];

— la Direction du développement des marchés;

— la Direction de la promotion.

Au cours de l'exercice écoulé, en plus des projets réguliers reliés à son mandat, certains projets spéciaux ont retenu l'attention de la Direction générale du marketing.

Le plan triennal de stratégie de marketing 1989-1992

Dans le but de doter l'industrie touristique québécoise d'un plan d'action d'ensemble en matière de promotion touristique et d'orienter les actions promotionnelles du Ministère, la Direction générale a procédé à la réalisation d'un plan triennal de stratégie de marketing pour la période 1989-1992. Ce plan identifie les grandes orientations, les marchés, les produits prioritaires et les axes de développement commercial.

Le graphisme de collection et la signature touristique de marque

À la suite des recommandations du plan triennal de stratégie, la Direction générale a conçu une signature touristique de marque du Québec ainsi qu'un graphisme de collection. Ces réalisations ont pour objectif premier de soutenir une seule et même image de marque du Québec comme destination touristique. La signature *Bonjour Québec* sera véhiculée par toutes les activités communicationnelles de la Direction générale. Le graphisme de collection sera appliqué à l'ensemble des documents et imprimés produits par la Direction générale.

L'entente de réciprocité avec l'Ontario

La Direction générale du marketing a participé à la négociation d'une entente de réciprocité avec l'Ontario concernant la promotion de la région de la capitale nationale. Dans cette optique, elle a introduit le positionnement de la région Hull-Ottawa dans sa stratégie communicationnelle.

La promotion conjointe avec Tourisme Ontario

La Direction générale a reconduit l'entente de commercialisation conjointe initiée en 1987-1988 entre le ministère du Tourisme du Québec et le ministère du Tourisme et des Loisirs de l'Ontario. L'entente prévoit la mise en œuvre de programmes de marketing conjoints pour les marchés d'outremer, plus particulièrement ceux de la Grande-Bretagne et du Japon. Par ailleurs, la Direction générale a entrepris des négociations en vue d'exploiter d'autres marchés identifiés dans le plan triennal de stratégie, à savoir la République fédérale d'Allemagne et la Californie.

Le système d'information sur le marketing

La Direction générale a poursuivi le développement de son système d'information sur le marketing dans le but d'améliorer les connaissances reliées à l'évolution des marchés, des produits et de la concurrence. Dans une deuxième phase, elle a développé un réseau d'échanges d'information concurrentielle et élaboré des profils de marché pour le Royaume-Uni et les États-Unis, un profil du produit chasse et pêche ainsi qu'un profil de concurrence pour l'Ontario.

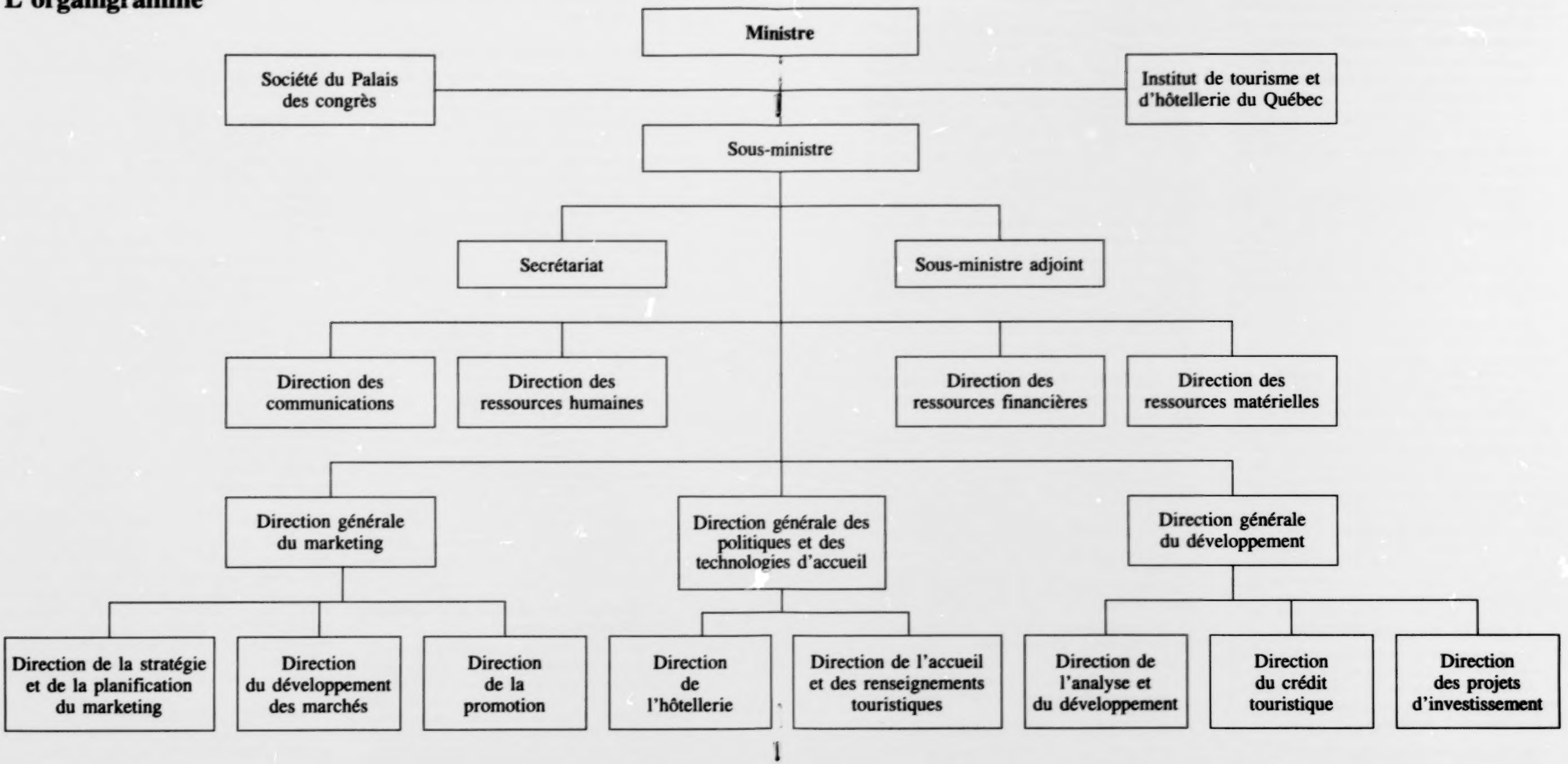
Le salon Vacances Québec

Pour la sixième année consécutive, la Direction générale a organisé le salon Vacances Québec, qui a réuni 250 vendeurs québécois. Ce salon, destiné aux touristes québécois, a attiré 50 000 visiteurs. La session précédant l'ouverture a regroupé 380 agents de voyages et 930 multiplicateurs de l'industrie touristique.

---

1. Depuis janvier 1989, la Direction de la stratégie et de la planification du marketing est une nouvelle direction au sein de la Direction générale du marketing. La production et l'analyse d'indicateurs de performance du secteur touristique, auparavant dévolues à la Direction de l'analyse et du développement, de même qu'une partie des effectifs, ont alors été transférées à cette nouvelle direction.

L'organigramme



La Direction de la stratégie et de la planification du marketing

La Direction de la stratégie et de la planification du marketing constitue une nouvelle direction au sein de la Direction générale du marketing.

Le mandat dévolu à cette direction consiste à:

- assumer, au sein de la Direction générale du marketing, la responsabilité de la planification et de la recherche en marketing;
- recommander annuellement des orientations générales de marketing ainsi que des produits touristiques, et coordonner leur mise en opération;
- assurer l'évaluation des orientations et des activités de marketing et réaliser les études et analyses nécessaires à la planification du marketing;
- fournir à la Direction générale du développement les données sur les clientèles et les marchés afin d'élaborer, d'orienter ou de modifier les politiques en tourisme.

Depuis sa création, la Direction a participé ou a réalisé les activités suivantes.

La mise en œuvre du plan triennal de stratégie de marketing 1989-1992

La Direction est intervenue dans la mise en œuvre des orientations du plan triennal de stratégie. Elle a participé au lancement officiel du plan triennal auprès de l'industrie touristique québécoise. Elle a, de plus, coordonné la réorientation des campagnes publicitaires en fonction des nouveaux axes de stratégie selon les produits touristiques. Elle a également établi une politique des publications et fourni l'encadrement stratégique nécessaire à sa réalisation. Enfin, la Direction a orienté le développement et l'application de la signature touristique de marque et du graphisme de collection.

Le plan de marketing 1989-1990

Un premier plan de marketing a été élaboré pour l'année 1989-1990. Ce plan a pour but de statuer sur les orientations, les actions et les activités de marketing afin de donner suite aux objectifs prescrits par le plan triennal de stratégie.

Le Baromètre touristique

Dès sa création, la Direction a assumé la responsabilité de produire *Le Baromètre touristique*. Ce document diffuse mensuellement aux 800 abonnés des indicateurs sur l'activité touristique.

Le Québec touristique

La Direction a également eu la responsabilité de produire la publication *Le Québec touristique*. Ce document est un ouvrage de référence sur le tourisme au Québec, regroupant dans un seul volume les principaux indicateurs sur les marchés et les secteurs touristiques pour la période 1980-1988.

L'Enquête sur les voyages des Canadiens en 1986

La Direction a assuré la continuité des analyses reliées à *L'Enquête sur les voyages des Canadiens en 1986*. Ces analyses donneront lieu à deux publications spécialisées, soit *Les voyages de plus de 24 heures des Québécois au Québec et dans les autres provinces canadiennes* et *Les voyages de plus de 24 heures des Canadiens des autres provinces au Québec*.

L'étude sur le développement et la commercialisation de la motoneige

La motoneige est l'un des huit produits touristiques prioritaires du plan triennal de stratégie. Cette étude a pour objet de pallier le manque de connaissances dans ce secteur et de déterminer les futures orientations à privilégier au chapitre du développement et de la mise en marché de ce produit.

La Direction du développement des marchés

La Direction du développement des marchés a pour mandat:

- de rechercher, d'identifier et de créer des occasions d'affaires intéressantes pour l'industrie québécoise;
- d'administrer les programmes associatifs du Ministère reliés à la commercialisation des produits touristiques identifiés comme prioritaires.

Les marchés sur lesquels la Direction intervient activement sont, en plus du Québec, l'Ontario, les États-Unis, la France, la Grande-Bretagne, la République fédérale d'Allemagne et le Japon.

Tourisme Québec maintient des conseillers en tourisme dans les villes suivantes:

Toronto;
Boston;
New York;
Chicago;
Paris;
Londres;
Düsseldorf;
Tokyo.

Québec maître d'œuvre

La Direction a organisé, à l'intention d'acheteurs, d'influenceurs et de multiplicateurs nord-américains, trois *Québec Days* à Chicago, Toronto et Ottawa et cinq *Québec Ski Days* à New York, Phila-

delphie, Pittsburgh, Toronto et Rochester. Ces manifestations ont pris la forme de réception précédée d'un marché des produits touristiques québécois.

De plus, un séminaire sur les congrès a été organisé à l'intention des directeurs d'associations québécoises, en collaboration avec l'Association des bureaux de congrès du Québec.

Enfin, des séminaires à l'intention des vendeurs québécois participant aux foires internationales (la Foire internationale de Berlin, Rendez-vous Canada, World Travel Market de Londres et Atelier Canada) ont été mis sur pied à Montréal.

Les tournées de familiarisation

Plus de 75 tournées de familiarisation ont été organisées par la Direction à l'intention des grossistes, autocaristes, décideurs de groupes, transporteurs et influenceurs des marchés ontarien, américain et d'outre-mer afin de les sensibiliser à la destination québécoise.

Au cours de la dernière année, 2200 acheteurs se sont familiarisés avec les produits touristiques québécois dans le but de créer des forfaits dans les différentes régions touristiques.

Les bourses de voyages et les foires

La Direction a organisé Atelier Canada pour une deuxième année consécutive, conjointement avec Tourisme Canada et Tourisme Ontario. La manifestation, tenue à Paris, a regroupé 42 vendeurs québécois et 12 associations touristiques régionales. Plus de 800 acheteurs potentiels ont participé à cette activité. D'autre part, 12 vendeurs québécois ont participé à la Foire internationale de Berlin et 17 au World Travel Market de Londres. Pour sa part, Rendez-vous Canada, à Halifax, en a attiré 65 dont 5 associations touristiques régionales et offices. Quatre cents acheteurs ont participé à cette manifestation.

Par ailleurs, la Direction a consolidé ses opérations conjointes avec le gouvernement canadien sur les marchés ontarien et américain en ce qui concerne sa présence aux bourses, foires et salons spécialisés en agrément, congrès et réunions de compagnies.

Les programmes d'aide financière

Le programme d'aide à la promotion coopérative vise à augmenter les ventes de forfaits existants ou à faciliter l'introduction de nouveaux forfaits. Ainsi, au cours du dernier exercice, plus de 50 grossistes ou voyagistes, de même que différentes régions du Québec, ont bénéficié d'une aide totale de plus d'un million de dollars pour la promotion de leurs produits touristiques.

Pour sa part, le programme d'aide aux congrès vise à attirer les congrès nationaux et internationaux au Québec. Il comporte un second volet, soutenu par l'Entente auxiliaire Canada-Québec sur le développement touristique, dont le but est de promouvoir, de prospecter et de solliciter des congrès internationaux.

En vertu de ce programme, une quarantaine d'ententes conjointes de promotion de congrès ont été conclues, dont une vingtaine dans le cadre de l'Entente. Un montant de 400 000 $ a été consacré à ce programme.

D'autre part, l'Entente auxiliaire Canada-Québec sur le développement touristique a permis à 75 pourvoyeurs de chasse et de pêche de participer aux six plus importants salons de consommateurs en Amérique du Nord, soit ceux de Chicago, Harrisburgh, Pittsburgh, West Springfield, Suffern et Toronto. Cette présence accrue des pourvoyeurs sur les marchés étrangers devrait engendrer des retombées économiques significatives au Québec au cours des prochaines années.

La Direction de la promotion

Le mandat dévolu à la Direction de la promotion porte sur les aspects suivants:

- la mise en œuvre de programmes de publicité commerciale axés sur des marchés et des clientèles cibles afin de maintenir et de renforcer le positionnement du Québec comme destination touristique;
- la coordination d'activités de relations publiques auprès de journalistes et de leaders d'opinion dans le but d'accroître l'impact des efforts promotionnels par l'obtention d'une publicité gratuite et favorable au Québec;
- la production de documents écrits et audiovisuels afin de mettre en valeur toutes les facettes des différents produits touristiques québécois;
- l'organisation et le financement des Grands Prix du tourisme québécois.

La publicité

Diverses campagnes publicitaires ont été menées sur des marchés hors Québec.

Au cours de l'exercice écoulé, la campagne Agrément-été *Come Say Bonjour* a été poursuivie sur les marchés ontarien et américain. Cette campagne de positionnement a permis la distribution de huit millions d'exemplaires d'encarts publicitaires dans les principaux médias de l'Ontario et du nord-est des États-Unis. Cette action publicitaire a suscité près de 150 000 demandes de renseignements, soit une augmentation de 50 % par rapport à l'été 1987.

La campagne de ski *Québec It's More Than Skiing* a été diffusée sur les marchés ontarien et américain au moyen de revues spécialisées et de journaux.

Trois brochures représentant les principales régions de ski (Québec, Laurentides et Estrie) ont été distribuées au cours de cette campagne. De plus, un encart sur la motoneige a été produit et distribué dans les revues spécialisées.

Une campagne promotionnelle a également été mise en œuvre pour le produit chasse et pêche afin d'appuyer la mise en marché entreprise par les pourvoyeurs. Un guide de forfaits a été produit à cette occasion.

Les programmes d'aide financière

Le programme de publicité coopérative a été reconduit afin de permettre aux partenaires de l'industrie touristique de se regrouper pour annoncer leurs produits touristiques sur les marchés québécois, ontarien et américain. Le Ministère, qui assume le tiers des frais de cette publicité au Québec et la moitié à l'extérieur du Québec, y a injecté 1,1 million de dollars alors que l'entreprise privée y a investi 1,4 million de dollars.

Le programme de promotion des événements touristiques a favorisé la publicité de quelque 30 événements majeurs susceptibles d'attirer des touristes de l'extérieur du Québec. La moitié de ces manifestations ont obtenu de l'aide dans le cadre de l'Entente auxiliaire Canada-Québec sur le développement touristique.

Les relations de presse

Le Service des relations de presse a organisé plus de 200 tournées de familiarisation dans les régions touristiques du Québec à l'intention de 700 rédacteurs touristiques. Il a planifié, dans le cadre des campagnes publicitaires, certaines rencontres de presse hors Québec. L'ensemble de ces activités a généré des retombées de l'ordre de 10 millions de dollars en couverture de presse.

En collaboration avec les partenaires de l'industrie touristique, le Service a participé à six salons de ski, huit salons de chasse et de pêche ainsi qu'au salon Vacances Québec.

L'édition

La Direction de la promotion a poursuivi son programme d'édition afin d'appuyer les efforts de commercialisation du produit touristique. Le Service de l'édition a réalisé plus de 50 éléments promotionnels en appui à la tenue de 30 bourses de voyages et salons. Plus de 30 imprimés de nature promotionnelle et informative ont été produits au cours de l'année. Enfin, environ 700 prêts, visant 7000 documents photographiques et audiovisuels, ont été effectués afin de répondre à divers besoins promotionnels.

Les Grands Prix du tourisme québécois

La Direction a coordonné la réalisation de la quatrième édition des Grands Prix du tourisme québécois. Cette activité, financée en bonne partie par des commandites du secteur privé, a donné lieu à 18 galas régionaux couronnés par le gala national regroupant 1300 participants de l'industrie touristique québécoise.

Un document promotionnel, attestant de l'excellence des lauréats nationaux, a été diffusé sur les marchés prioritaires du Québec, de l'Ontario et du nord-est des États-Unis.

Les lauréats nationaux sont les suivants:

Prix	Lauréats nationaux
Prix de l'excellence	Carnaval de Québec
Prix spécial du jury	Le Cirque du soleil Montréal
Prix de l'accueil touristique	Auberge de la Pointe Rivière-du-Loup
Prix du développement touristique	Station touristique internationale du Mont-Orford Magog
Prix de l'événement touristique	Festival de folklore de Drummondville
Prix de l'innovation touristique	Les Cuirs fins de la mer Bonaventure
Prix de la promotion touristique	Famille Dufour, Cap-aux-Pierres inc. La Baleine, Île-aux-Coudres
Prix de la petite entreprise touristique 1988 — Brador	L'Auberge Le Presbytère Sainte-Rose-du-Nord

La Direction générale des politiques et des technologies d'accueil

La Direction générale des politiques et des technologies d'accueil a le mandat de soutenir les consommateurs séjournant au Québec dans la réalisation d'une expérience touristique de qualité. Elle coordonne les activités de la Direction de l'hôtellerie et de la Direction de l'accueil et des renseignements touristiques.

Les principales actions de la Direction générale sont orientées en fonction de:

— l'accessibilité à une information fiable sur les produits touristiques;
— le maintien d'un système de certification et de qualification des établissements touristiques;
— le développement de programmes de signalisation et de symbolisation afin de rendre agréables et efficaces les déplacements des touristes sur le territoire;
— la mise en valeur de l'offre touristique.

Les principales réalisations

Au cours de l'exercice écoulé, la Direction générale a élaboré, de concert avec les partenaires de l'industrie touristique, une planification stratégique et organisationnelle. Cette démarche a débouché sur l'adoption d'un plan stratégique préliminaire.

La deuxième préoccupation de la Direction générale a été la contribution de la technologie informatique à l'atteinte des objectifs du Ministère. Elle a ainsi largement participé aux travaux du Comité consultatif des systèmes informatiques (CCSI) du Ministère. Depuis, le Ministère s'est doté d'un comité directeur de l'informatique (CDI) afin d'assurer le suivi du plan directeur des systèmes produit par la firme CGI. Enfin, le Ministère s'est pourvu d'une architecture détaillée des données et des traitements informatiques. Dans ce dernier cas, c'est le ministère des Communications qui a effectué les travaux requis.

La Direction de l'hôtellerie

La Direction de l'hôtellerie a la mission d'assurer l'existence d'une offre touristique de qualité. À cette fin, elle veille à l'application de la Loi sur l'hôtellerie et des règlements qui en découlent.

Sa clientèle se compose d'établissements touristiques regroupés dans les quatre catégories suivantes:

— l'hébergement;
— la restauration;
— le camping;
— les bureaux d'information touristique.

Les services rendus peuvent être répartis en quatre grands domaines:

— la certification (émission de permis);
— la qualification (classification et mise aux normes);
— la diffusion d'information (par divers véhicules);
— le rôle conseil.

La certification

Les principales tâches administratives reliées à l'application de la Loi sur l'hôtellerie touchent la certification, c'est-à-dire l'émission et le renouvellement des permis. La Direction a ainsi procédé à l'émission et au renouvellement des permis:

• des établissements hôteliers	1 951
• des restaurants	12 942
• des campings	807

Parmi les autres activités reliées à l'application de la législation, il faut mentionner:

• l'inspection	2 600
• le traitement des plaintes	400
• la perception des droits prescrits	2 121 430 $
• la déclaration annuelle de prix (établissements hôteliers, campings) et l'émission des cartes de prix	65 000 (chambres)

Au cours de l'exercice écoulé, la Direction a mis au point un règlement dit des catégories, en prévision de l'entrée en vigueur de la nouvelle législation sur les établissements touristiques. Elle a également revu la totalité de son organisation de travail. Enfin, une première tranche d'un important développement informatique a nécessité un investissement de plus de 600 000 $.

La qualification

Le travail de la Direction a été, sur ce chapitre, caractérisé par trois types d'intervention.

La classification des terrains de camping

La Direction de l'hôtellerie a poursuivi la mise à jour des dossiers des 807 établissements de camping. Une série d'inspections a démontré que, dans une forte majorité, les exploitants ont omis de déclarer des ajouts (modifications ou agrandissements) au nombre de sites déclarés. Des permis d'exploitation correspondant à la réalité des opérations ont été émis grâce à la collaboration des ministères de l'Environnement et du Travail.

La classification des établissements hôteliers et des salles à manger

Mille six cents établissements hôteliers et 300 salles à manger ont été visités afin d'évaluer leur niveau de confort et la qualité de leur table.

Le Comité d'officialisation, formé de représentants de l'industrie touristique, s'est réuni à deux occasions afin de statuer sur les modifications apportées à la classification. Deux cent quarante-neuf dossiers d'hébergement et 179 dossiers de salles à manger lui ont été soumis lors de la première rencontre. La deuxième séance a permis d'analyser les résultats des contre-visites de même que les dossiers portés en appel par les exploitants.

La révision des critères de classification des établissements hôteliers et des salles à manger

Des améliorations importantes ont été introduites au programme de classification des salles à manger, notamment en ce qui concerne les critères et la méthodologie.

La diffusion d'information

La Direction a été appelée à répondre à plus de 500 demandes d'information à partir d'une banque de données des plus complètes en matière d'hébergement et de restauration. Cette banque peut être exploitée soit à partir d'un programme personnalisé (pour une association sectorielle ou un ministère), soit à partir d'un programme uniforme multi-usagers (Bureau de la statistique du Québec et les associations touristiques régionales).

Le rôle conseil

Plusieurs interventions ponctuelles ont marqué l'activité de la Direction au cours de l'année. Elle a maintenu sa collaboration avec Kéroul pour une troisième année consécutive. Cet organisme a bénéficié, dans le cadre du programme de soutien aux organismes sectoriels, d'une aide de 60 000 $.

La Direction de l'hôtellerie a utilisé, dans plus des trois quarts des établissements hôteliers, la grille d'accessibilité développée avec Kéroul.

La Direction de l'accueil et des renseignements touristiques

La Direction de l'accueil et des renseignements touristiques a le mandat de dispenser aux touristes une information fiable sur le produit touristique québécois. Ses principales activités sont reliées à:

— l'exploitation de huit maisons du tourisme, permanentes ou saisonnières, où les préposés aux renseignements ont effectué 340 000 actes de renseignement. En ce sens, l'ouverture récente du centre Infotouriste, dont le maître d'œuvre est la ville de Montréal, constitue un complément de taille au réseau d'accueil gouvernemental.

— l'opération d'un central téléphonique de 40 lignes, couvrant tout l'Est de l'Amérique du Nord y compris le Québec, où 260 000 appels ont été acheminés;

— un service de correspondance personnalisée qui a donné suite à 26 000 demandes écrites de renseignement;

— la distribution en masse de documents informatifs et promotionnels produits par diverses sources qui a permis l'acheminement de 6 500 000 unités imprimées à divers destinataires.

De plus, la Direction de l'accueil et des renseignements touristiques gère des programmes d'aide financière et technique visant à permettre aux associations touristiques régionales d'améliorer la qualité de l'accueil dans leur région. Cela a donné lieu notamment à:

— la production de 2 nouveaux guides touristiques régionaux et la réédition de 15 autres;

— la construction de 18 maisons régionales du tourisme;

— l'implantation du programme de signalisation touristique dans l'ensemble du Québec.

La Direction générale du développement

La Direction générale du développement a le mandat de favoriser l'amélioration du produit touristique québécois afin de le rendre plus attrayant, tant à la clientèle québécoise qu'aux clientèles canadienne et internationale.

Restructurée en décembre 1988, la Direction générale compte trois directions, soit:

— la Direction de l'analyse et du développement;
— la Direction du crédit touristique;
— la Direction des projets d'investissement.

La Direction de l'analyse et du développement

La Direction de l'analyse et du développement a réintégré la Direction générale du développement lors de la création de la Direction de la stratégie et de la planification du marketing. Son mandat fut alors modifié afin de transférer à cette dernière la production et l'analyse d'indicateurs de performance du secteur touristique.

Le mandat dévolu à la Direction de l'analyse et du développement consiste donc à:

— évaluer divers projets ou politiques susceptibles d'avoir une incidence sur le développement touristique;

— apporter un soutien technique à la mise en œuvre ou à la réalisation de plans de développement touristique régionaux ou de produits touristiques se rapportant à plusieurs régions;

— gérer un programme d'aide financière à la réalisation d'études de faisabilité ou de marché pour des projets touristiques structurants;

— assurer la représentation du Ministère au sein d'organismes ou de comités intervenant dans l'aménagement et le développement régional, tel l'OPDQ au niveau du processus des conférences socio-économiques et de l'Entente auxiliaire Canada-Québec sur le développement économique des régions du Québec;

— réaliser ou collaborer à la réalisation de recherches appliquées sur des produits touristiques privilégiés par le Ministère ou pouvant être avantageusement développés au Québec.

Le programme d'aide à la réalisation d'études

La Direction gère un programme d'aide à la réalisation de plans de développement touristique régionaux, d'études de faisabilité ou de marché pour des projets touristiques. Elle assure, de plus, le suivi de réalisation des études retenues. Les contributions financières aux études proviennent du Ministère, de l'OPDQ ou de l'Entente auxiliaire Canada-Québec sur le développement touristique.

La réalisation des plans de développement touristique régionaux s'est poursuivie dans le cadre de ce programme au cours de 1988-1989. Les plans des régions de l'Outaouais, de l'Estrie, de Manicouagan et du Nouveau-Québec ont été complétés, tandis que ceux du Bas-Saint-Laurent et de la Gaspésie ont été révisés. Ils ont nécessité des déboursés de 647 900 $ dont 286 250 $ proviennent du ministère du Tourisme et de l'OPDQ.

Ces plans s'ajoutent à ceux déjà parus, tels ceux de l'Abitibi—Témiscamingue, du Saguenay—Lac-Saint-Jean—Chibougamau—Chapais, de Charlevoix, du Coeur-du-Québec, des Îles-de-la-Madeleine, des Laurentides, de la Montérégie, du Pays-de-l'Érable. Enfin, les plans de développement des régions de Duplessis, de Lanaudière et du Québec sont en voie de réalisation.

Douze études de faisabilité de projets touristiques ont connu leur aboutissement au cours de l'année. Leur coût total s'élève à 894 700 $ dont 436 525 $ proviennent du ministère du Tourisme et de l'OPDQ. Durant cette même période, le Ministère a accepté de contribuer financièrement et techniquement à 34 nouvelles études de cette catégorie.

Le soutien technique aux régions

Le Direction de l'analyse et du développement assure la représentation du Ministère en région. Ainsi, elle siège aux conférences administratives régionales et émet des avis au Ministère sur divers projets touristiques régionaux.

Elle participe au processus des conférences socio-économiques et des biennales. Les conférences socio-économiques de la Gaspésie—Îles-de-la-Madeleine, de la Côte-Nord et du Bas-Saint-Laurent, de même que les biennales de l'Outaouais et des Laurentides ont donné lieu à des engagements techniques et financiers de la part du Ministère dans 41 projets touristiques dont 15 études.

La Direction assure également la représentation du Ministère au comité de gestion et aux autres comités issus de l'Entente auxiliaire Canada-Québec sur le développement économique des régions du Québec, conclue en juin 1988. Des efforts considérables ont été déployés avec le gouvernement fédéral afin de mettre au point des cadres et des programmes d'intervention en matière touristique dans les régions.

La Direction apporte, par ces activités, un soutien technique au suivi des plans de développement régionaux. Elle coordonne, de plus, les activités au comité Ministère—associations touristiques régionales sur le suivi des plans. Enfin, elle a produit dix résumés de plans de développement et travaille à la réalisation d'une recherche appliquée sur l'analyse comparative de ces plans.

Le soutien technique à l'action du Ministère

La Direction est appelée à préparer la position du Ministère, à la demande des ministères de l'Environnement et des Affaires municipales, sur les études d'impact environnemental et les schémas d'aménagement. Elle le fait également pour l'OPDQ concernant l'opportunité d'une intervention dans certains dossiers touristiques.

Enfin, la Direction de l'analyse et du développement prépare les orientations du Ministère dans certains dossiers gouvernementaux et le représente au sein d'une vingtaine de comités techniques ou multisectoriels.

La Direction du crédit touristique

La Direction du crédit touristique est responsable de l'administration de programmes d'aide à l'investissement privé dans le domaine touristique. Elle est aussi chargée d'apporter un soutien technique aux entreprises touristiques en matière d'information sur les programmes et services gouvernementaux.

La Direction fournit des avis sectoriels, à la demande de ministères ou d'organismes gouvernementaux, en vertu d'autres programmes d'aide.

Au cours de l'exercice écoulé, la réforme du Crédit touristique a permis l'harmonisation de l'approche d'intervention de la Direction avec celle de la Société de développement industriel du Québec (SDI). Cette modification a entraîné une variation du volume des investissements traités.

En 1988-1989, une aide totale de 31 185 424 $ a été autorisée afin de privilégier des projets totalisant 130 269 590 $. Les investissements ont connu une hausse de 42 % par rapport à l'exercice précédent et les sommes consenties, étant maintenant remboursables, pourront de nouveau être investies dans l'industrie touristique.

Au cours de l'exercice, la Direction a reçu 137 demandes en vertu des programmes dont elle a la responsabilité. De ce nombre, 68 ont été recommandées, 27 refusées et 37 retirées par les promoteurs.

Le programme d'aide à l'investissement touristique

Ce programme, adopté en mai 1988, remplace le programme d'aide au développement touristique. Il permet aux entreprises admissibles d'obtenir un prêt participatif de la SDI. De plus, les projets prioritaires peuvent bénéficier d'une prise en charge des intérêts d'une durée maximale de trois ans.

En 1988-1989, 37 prêts participatifs d'un montant total de 27 354 100 $ ont été autorisés, donnant lieu à des investissements globaux de 107 968 953 $. Le Ministère a recommandé 16 prises en charge des intérêts, totalisant 3 511 436 $, sur des investissements de 39 667 953 $.

L'Entente auxiliaire Canada-Québec sur le développement touristique

La Direction évalue et recommande au comité de gestion de l'Entente auxiliaire Canada-Québec sur le développement touristique les projets d'investisseurs privés, particulièrement ceux reliés au volet « zone périphérique du parc Saguenay ». L'aide du Québec, sous forme de prêts sans intérêts d'une durée de 15 ans, est complétée par une aide équivalente du gouvernement fédéral.

Cinq prêts totalisant 1 910 864 $ ont été accordés pour des projets générant des investissements totaux de 12 030 600 $.

Le programme d'aide à l'investissement dans les pourvoiries

Le Ministère a été autorisé à maintenir sur une base intérimaire un programme d'aide aux pourvoiries, offrant des prêts sans intérêts d'une durée de 15 ans.

Cinq projets ont été recommandés pour des prêts totalisant 241 760 $ sur des investissements globaux de 904 000 $. De plus, la Direction a soumis des recommandations au Conseil des ministres sur un nouveau programme d'aide en ce domaine.

La Loi sur l'aide au développement touristique

Cette loi encadre le programme d'aide au développement touristique, maintenant inopérant. Quelques dossiers ont été complétés au cours de l'exercice 1988-1989. Neuf projets totalisant des investissements de 9 366 037 $ ont été autorisés pour une aide totale de 1 678 700 $, sous forme de prêts sans intérêts.

Le soutien technique aux entreprises touristiques

La Direction assume le mandat de guichet d'information en matière de programmes d'aide gouvernementale aux entreprises touristiques. À cet effet, elle tient à jour un recueil des programmes et des services disponibles pour les entreprises touristiques. La Direction a, de plus, élaboré un guide à l'intention des promoteurs en vue de faciliter la mise en place de projets touristiques.

Un plan d'action a été proposé aux autorités du Ministère afin de renforcer les interventions de ce service. Enfin, la Direction coordonne les activités d'un comité sur le transport nolisé en autocar au Québec.

La Direction des projets d'investissement

La Direction des projets d'investissement assure la représentation du Ministère à l'Entente auxiliaire Canada-Québec sur le développement touristique. Elle pilote également la réalisation de projets d'investissement touristiques publics ou à but non lucratif. Enfin, elle effectue la prospection d'investissements privés afin d'accélérer le développement du produit touristique québécois.

L'Entente auxiliaire Canada-Québec sur le développement touristique

Signée en janvier 1985, l'Entente est un cadre d'intervention commun aux deux gouvernements. Son but est d'augmenter la qualité du tourisme au Québec et d'accroître les clientèles nationale et internationale.

L'enveloppe budgétaire totale de l'Entente est de 100 millions de dollars répartis en six volets, tel qu'illustré plus loin. Les gouvernements du Québec et du Canada se partagent le coût des interventions en parts égales. Un comité de gestion, au sein duquel le Ministère est représenté, est chargé d'administrer l'Entente.

En pratique, l'Entente offre ou a offert dix programmes distincts d'aide à l'industrie touristique soit :

- l'aide à la tenue de congrès internationaux ;
- l'aide à la commercialisation d'événements d'envergure internationale ;
- l'aide au positionnement du produit chasse et pêche sur les marchés étrangers ;
- l'aide à la commercialisation du ski alpin sur les marchés étrangers ;
- l'aide à la modernisation et au développement de stations de ski alpin ;

— l'aide à l'investissement privé dans des projets touristiques moteurs;

— l'aide à la réalisation de projets touristiques moteurs à caractère public;

— l'aide à la zone périphérique du parc Saguenay;

— l'aide à la réalisation de plans régionaux de développement touristique;

— l'aide à la réalisation d'études de faisabilité et de marché.

L'année 1988-1989 a été marquée par la poursuite des engagements en vertu des programmes en vigueur. Un nouveau programme d'aide à la commercialisation du ski alpin sur les marchés internationaux s'est ajouté à ceux déjà en vigueur sous le volet « marketing ». L'Entente a aussi été amendée pour transférer trois millions de dollars du volet « marketing » au volet « projets moteurs » pour permettre la réalisation d'un autre projet majeur.

Depuis la signature de l'Entente, 307 projets ont été recommandés pour une aide totale de 90 031 095 $.

Les engagements financiers du Québec sont partagés entre plusieurs ministères et organismes. Outre le ministère du Tourisme, la Société de développement industriel du Québec, le ministère du Loisir, de la Chasse et de la Pêche, le ministère des Affaires culturelles et l'Office de planification et de développement du Québec (OPDQ) ont été mis à contribution.

Le ministère du Tourisme assume, à même ses budgets, des engagements totaux de 15 317 778 $, incluant certains transferts de l'OPDQ. Ces contributions portent sur des projets touristiques moteurs à caractère public, des projets privés dans la zone périphérique du parc Saguenay, sur des études et le développement des marchés.

Les projets moteurs à caractère public

La Direction intervient pour soutenir la réalisation de projets jugés importants par le Ministère et qui ne peuvent se développer dans le cadre de programmes réguliers ou « normés ». Il s'agit, le plus souvent, de projets d'investissement à caractère public dans l'infrastructure touristique. Leur financement peut être assuré ou non par l'Entente auxiliaire Canada-Québec sur le développement touristique.

Le rôle de la Direction des projets d'investissement consiste à évaluer les projets touristiques moteurs qui lui sont soumis, à proposer des solutions de financement pour les projets jugés valables et à assurer le suivi d'exécution de ceux retenus pour l'intervention du Ministère.

Quinze dossiers ont été actifs en 1988-1989. Parmi les plus importants, il faut mentionner le Centre d'accueil et de renseignements international de Montréal, le parc littoral Tête du lac Memphrémagog, les infrastructures d'égout et d'épuration d'Orford, le Jardin japonais de Montréal, l'Insectarium de Montréal, le Grand Prix Molson de Montréal, le Train touristique Hull-La Pêche, le Musée des Beaux-Arts de Montréal et les infrastructures de Potton (Owl's Head).

La Direction a également mis sur pied, avec les Associations touristiques régionales associées du Québec (ATRAQ), un comité pour lancer la motoneige comme produit touristique. Le comité a identifié

Projets recommandés par le comité de gestion au 31 mars 1989

Volets	Enveloppe de l'Entente $	Nombre de projets	Engagement $	Solde disponible $
Développement des marchés touristiques	9 000 000	226	6 768 892	2 231 108
Développement des stations touristiques de ski alpin	35 000 000	13	34 882 450	117 550
Projets touristiques moteurs privés ou publics	43 000 000	23	43 066 600	(66 600)*
Zone périphérique du parc Saguenay	10 000 000	17	3 436 970	6 563 030
Études de faisabilité et plans de développement	2 000 000	19	1 487 946	512 054
Administration de l'Entente	1 000 000	9	388 237	611 763
Total	**100 000 000**	**307**	**90 031 095**	**9 968 905**

* Le déficit de 66 600 $ au volet « projets moteurs » sera comblé par un transfert de fonds équivalent provenant du volet « administration ». En pratique, le solde au volet « administration » est donc de 545 163 $ et non plus de 611 763 $.

la problématique de la motoneige touristique, proposé un plan de marketing intérimaire qui s'est réalisé et suscité la réalisation d'une étude de développement et de mise en marché. L'attention particulière apportée à ce dossier a insufflé une dynamique nouvelle dans cette activité très prometteuse pour l'avenir.

La prospection des investissements

Il s'agit d'un nouveau service, mis en place sur une base expérimentale, qui est devenu permanent en janvier 1989. Son objectif est d'attirer de nouveaux investisseurs et développer de nouveaux concepts dans le champ touristique afin d'accroître la capitalisation dans l'industrie touristique québécoise.

L'approche retenue présuppose la création et la mise à jour d'une banque d'occasions d'affaires, l'identification d'investisseurs et de concepts et la coordination des activités reliées aux projets. Une attention particulière est accordée aux investisseurs étrangers.

Annexes

Annexe 1

Le budget 1988-1989

Dépenses par éléments de programme[1]

Éléments de programme	Crédits 1988-1989 $	Dépenses 1988-1989 $	Dépenses 1987-1988 $
Élément 01 — Direction et soutien administratif	8 429 100	8 251 100	6 478 300
Élément 02 — Promotion et développement du tourisme	34 079 900	32 264 100	28 929 100
Élément 03 — Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec	17 442 000	17 441 600	17 036 900
Élément 04 — Société du Palais des congrès	19 912 800	17 600 000	18 400 000
Total	**79 863 800**	**75 556 800**	**70 844 300**

1. Ce tableau exclut les crédits reliés aux prêts, placements et avances pour un montant de 822 300 $.

Annexe 2

La représentation touristique à l'extérieur du Québec

Boston
Délégation du Québec
Exchange Place
19th Floor
Boston, Ma 02109
U.S.A.
Téléphone: (617) 723-3366
Télex: 00.940683 (QUEBEC BSN)

Chicago
Délégation du Québec
122, South Michigan
Suite 1910
Chicago, Ill 60603
U.S.A.
Téléphone: (312) 427-0240
Télex: 00.501033 (QUEBECGOV CGO)

Düsseldorf
Délégation du Québec
Königsallee 30, Kö-Center
D-4000 Düsseldorf 1
R.F.A.
Téléphone: (011-49-211) 32-08-16
Télex: 41.8587659 (QUED D)

Londres
Délégation générale du Québec
59, Pall Mall
London SW1Y 5JH
England
Téléphone: (011-44-1) 930-8314
Télex: 51.261618 (QUELON G)

New York
Délégation générale du Québec
Rockefeller Center
17 West, 50th Street
New York City, N.Y. 10020-2201
U.S.A.
Téléphone: (212) 397-0200
Télex: 00.126405 (QUEBECGOVT NYK)

Paris
Office du tourisme du Québec
11 Bis, rue de Presbourg
75016 Paris
France
Téléphone: (011-33-1) 45.01.90.90
Télex: 42.612940 (CQCI)
42.620401 (DELEBEC PARIS)

Tokyo
Délégation du Québec
Kojimachi Hiraoka Bldg.
5th Floor
1-3, Kojimachi Chiyoda-ku
Tokyo 102
Japan
Téléphone: (011-81-3) 239-5137
Télex: 72.23842 (TOKEBEC)

Toronto
Bureau du gouvernement du Québec
20, Queen Street West
Suite 1004, Box 13
Toronto (Ontario)
M5H 3S3
Canada
Téléphone: (416) 977-6060
Télex: 06.22071 (GOVTQUE TOR)